

1. Принципы стратегического менеджмента начали применяться предприятиями в начале XX века.

2. Стратегический менеджмент – это совокупность подходов по оптимизации использования ограниченных ресурсов предприятия и улучшению финансового положения.

3. Основной причиной появления стратегического менеджмента явилась специализация управленческого труда.

4. Усложнение внешней среды организации стимулирует необходимость использования современной концепции стратегического управления.

5. По мнению Томпсона А.А., Стрикленда А. Дж. стратегический менеджмент – это процесс обоснования всестороннего плана достижения долгосрочных целей, разработанный с учетом реальной ситуации в отрасли и на предприятии.

6. Мескона М. определяет стратегический менеджмент как процесс формирования менеджментом стратегического видения, постановки целей, миссии, выработки и реализации стратегии, своевременной корректировки видения, целей, стратегии.

7. Правильно ли сформулировано следующее определение: «Стратегический менеджмент – это процесс разработки, принятия и реализации стратегических решений, основой которого является стратегический выбор, сделанный на сопоставлении сильных и слабых сторон предприятия с возможностями и угрозами внешней среды».

8. В трактате Сунь-Цзы сформулированы возможные стратегии достижения успеха.

9. Концепция «ресурсного управления» предусматривала необходимость оптимизации использования ресурсов на уровне предприятия, что позволило бы снизить вероятность наступления экономического кризиса.

10. В полном смысле слова, стратегическое управление – это разработка и реализация долгосрочной стратегии развития предприятия и его всех основных подсистем, направленной на комплексное и рациональное использование ресурсов с целью улучшения конкурентного положения на рынке.

11. «5 П» стратегии, т.е. стратегия как план, поведение, позиция, перспектива, прием (уловка) означает, что в стратегическом менеджменте должен превалировать ситуационный подход, когда в одной ситуации необходимо формировать четкий стратегический план, во второй – опираться на поведенческие стратегии или стратегии позиционирования (изменения позиции на рынке) и т.д.

12. Правильно ли сказать, что эффективная стратегия включает элементы стратегии как плана, поведения, позиции, перспективы, уловки.

13. Стратегия как принцип поведения – это стратегия действий на рынке методом проб и ошибок, когда стратегическая линия формируется исходя из накопленного положительного опыта адаптации к рыночным изменениям.

14. Стратегия как перспектива уделяет большее внимание развитию тех ресурсов предприятия (технологии, персонал и т.п.), которые способны в перспективе обеспечить лидерство на отечественном или мировом рынке.

15. Стратегия как ловкий прием означает использование нестандартных подходов в менеджменте, например, когда предприятие первым в отрасли открывает собственный Интернет-магазин посредством которого реализует не только свою продукцию, но и продукцию более известных мировых брендов, ставя в затруднительное положение других отечественных производителей.

16. Стратегия как определенный прием или маневр также может означать, например, запуск новой рекламной кампании, в которой она подчеркивает выявленные недостатки в продукции конкурентов и указывает на преимущества собственного товара.

17. Наличие эффективной стратегии является главным конкурентным преимуществом современной организации.

18. Оптимальная стратегия – это использование определенных стратегических подходов и действий, которые направлены на максимизацию прибыли предприятия.

19. Сама по себе стратегия, разработанная в соответствии с современной системой стратегического управления, лишена серьезных недостатков. По существу возможные отрицательные стороны стратегии есть результат некомпетентности менеджмента.
20. Способность предвидения – главное качество эффективного стратега – является врожденной и не приобретается с опытом.
21. Неудовлетворительные результаты работы предприятия в долгосрочной перспективе показывают недостаточный уровень компетенции менеджмента.
22. Стратегическое видение – это формулирование долгосрочной перспективы развития предприятия, а миссия – описание настоящих конкурентных возможностей, благодаря которым будут реализованы стратегические цели.
23. Миссия – это детализация стратегического видения по целям и срокам их реализации.
24. Стратегия – это интегрированная модель действий по достижению стратегического видения и миссии.
25. Система современного стратегического управления состоит из следующих последовательных этапов: определение сферы деятельности, формулирование миссии, стратегического видения, выбор стратегии и разработка стратегических программ и планов.
26. Фактически разработкой стратегии в современной организации должен заниматься тактический (средний) уровень менеджмента, представляющий руководству (стратегическому уровню) различные варианты стратегии для осуществления окончательного выбора.
27. Преимущественное внимание при формировании стратегии должно уделяться анализу микро-, а не макросреды.
28. Наиболее важными принципами стратегического менеджмента следует считать комплексность, результативность, творчество и сотрудничество персонала.
29. Такие принципы как специализация, интеграция, необходимый уровень централизации, демократизация управления также являются важными элементами стратегического процесса.
30. Согласны ли Вы с мнением, что конкуренция дестимулирует сотрудничество или партнерские отношения между подразделениями.
31. Чем выше динамика рынка, тем больше имеется потребность в применении децентрализованной системы стратегического менеджмента.
32. Высокий уровень централизации менеджмента на отечественных предприятиях есть объективная необходимость обеспечения высокой управляемости.
33. Привлечение внутренних резервов (использование стратегических инициатив со стороны персонала) является наиболее подходящим подходом для традиционных устаревающих отраслей.
34. Преимущественная ориентация на административно-командные методы управления и централизацию власти означает низкую компетенцию менеджмента.
35. Главной причиной появления стратегического менеджмента является формирование крупных организационных структур, которые требовали выработки общей стратегии развития.
36. Бюджетирование – является одним из инструментов современной системы стратегического управления и означает финансовое планирование и контроль результатов реализации стратегии.
37. Система долгосрочного планирования сформировалась в 50-60-е гг. и предусматривала использование стратегии расширения рынков сбыта и завоевание новых региональных и национальных рынков, как результат начала эпохи глобализации.
38. Современная концепция стратегического управления существенно отличается от системы стратегического планирования, так как главный приоритет ставит на гибкости стратегии, непрерывности поиска более оптимальных стратегических подходов, которые носили бы упреждающий характер.
39. Стратегическое планирование преследует цель обеспечения адекватной реакции на произошедшие на рынке изменения, что по существу подчеркивает признание пассивной роли организации (менеджмента) в области выработки стратегии.
40. В условиях рыночной экономики стратегия опирается на следующие составляющие успеха: внешняя ориентация, упреждающий характер, информационные технологии, обучение персонала, предпринимательский стиль, глобализация.

41. Стратегический менеджмент – это наука, которая интегрирует знания только специализированных курсов по управлению (теорию менеджмента, производственного, финансового, инновационного, персонального менеджмента).
42. Стратегический процесс – это совокупность определенных действий, подходов и инструментов, сгруппированных в логически последовательные и обоснованные этапы стратегического менеджмента.
43. Наиболее важным элементом стратегического управления является стратегический анализ.
44. Модель процесса стратегического управления включает следующие последовательные этапы: стратегический анализ, формулирование видения, миссии, выбор стратегии, механизм реализации стратегии.
45. Видение, миссию и стратегию объединяет общая главная цель – стремление к увеличению прибыли предприятия.
46. Понятие бизнес-модели характеризует вид организационной структуры управления бизнесом, предприятием.
47. Главной целью миссии является информирование потребителей, сотрудников и акционеров об основных возможностях и намерениях предприятия.
48. Глобальные цели – это долгосрочные (стратегические) цели по улучшению рыночных позиций и конкурентоспособности предприятия.
49. Локальные цели – это функциональные цели, детализирующие миссию по срокам реализации основных намерений.
50. Внешний анализ фирмы – это сравнительный анализ сильных и слабых сторон предприятия с предприятиями-конкурентами.
51. Внутренний анализ фирмы – это комплексный анализ внутренней среды предприятия, имеющий целью исследование ресурсного потенциала и возможностей реализации сформулированной миссии.
52. Структурными элементами внешнего анализа являются анализ и прогнозирование тенденций развития рынка, изучение поведения и финансового положения предприятий-конкурентов, анализ структурных сдвигов и особенностей конкуренции в отрасли, оценка уровня правового обеспечения и наличия стимулирующего законодательства в той или иной сфере, изучение возможностей использования альтернативных видов транспорта, источников энергии и связи с целью осуществления дальнейшего стратегического выбора наиболее привлекательных сфер деятельности.
53. Стратегическая карта – это схематическое изображение структуры отрасли по тому или иному параметру (объемы производства, реализации, количеству занятых).
54. Стратегическую карту целесообразно использовать не только в рамках одной отрасли, но и на более высоком уровне – уровне народнохозяйственного комплекса (лесной комплекс, химическая промышленность).
55. Согласны ли вы с мнением, что организация располагающая наиболее полной информацией о своих конкурентах находится в более выигрышном положении, даже при условии наличия более скромных финансовых возможностей.
56. Структурными элементами внутреннего анализа является анализ финансово-экономических показателей деятельности предприятия, производимого ассортимента продукции, себестоимости производства, эффективности системы сбыта, каналов и методов распределения, системы обслуживания клиентов, качества технологий, менеджмента, персонала с целью сравнительной оценки с основными конкурентами.
57. SWOT-анализ – это комплексная оценка сильных и слабых сторон предприятия, т.е. внутренний анализ.
58. Важнейшие факторы, определяющие уровень конкурентоспособности фирмы, можно проранжировать в следующей последовательности (по убывающей): низкие издержки, обслуживание клиентов, качество и свойства товара, имидж торговой марки, производственный потенциал, финансовые ресурсы, дилерская сеть.
59. SWOT-анализ отличается от внешнего анализа объектом и предметом исследования.
60. Стратегические альтернативы – это формулирование максимально возможного количества альтернативных вариантов реализации запланированной стратегии.

61. Выбор оптимальной стратегии осуществляется по наилучшим финансово-экономическим показателям деятельности предприятия.

62. Качественная оценка стратегии предусматривает анализ уровня рентабельности проекта мероприятий, объемов инвестиций и сроков их окупаемости, показателей финансовой устойчивости, уровня занятости и т. п.

63. Корпоративная стратегия – это общая стратегия деятельности предприятия, бизнес-стратегия – это стратегия отдельного подразделения (цеха), операционная стратегия – план стратегических действий на уровне участка, бригады.

64. Стратегический план – это комплексная программа действий в разрезе производств и подразделений, предусматривающая формальное закрепление целей, средств и бюджета на планируемые мероприятия по реализации стратегии.

65. Стратегический надзор – это система показателей, характеризующих степень реализации действующей стратегии.

66. Стратегический контроль предпосылок означает проведение экспертной или количественной оценки выполнимости стратегических намерений (видения, миссии).

67. Предупредительными сигналами стратегического кризиса является падение продаж и ухудшение финансовых показателей деятельности предприятия.

68. Кризис результата проявляется в снижении доли рынка, объемов производства, недозагрузки мощностей, роста издержек.

69. Главным элементом эффективного контроля выступает личная заинтересованность сотрудников в достижении требуемых показателей и сроков реализации стратегии.

70. Высокая мотивация в реализации стратегии преимущественно обеспечивается за счет нематериальных факторов (участие в выработке стратегии, одобрение результатов работы, продвижение по службе).

ОТВЕТЫ НА ВОПРОСЫ ТЕСТА: «ДА», «НЕТ»